

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ

Нікітіна Т.А., к.е.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м.Київ*

Вступ. Однією з проблем підприємств сучасної готельної індустрії України, є низький рівень конкурентоспроможності готельного продукту. Причинами цього є надмірно високий податковий тиск, постійні зміни у нормативній базі та інші фактори, що негативно впливають на співвідношення рівня ціни та якості надання готельних послуг. У зв'язку з цим **актуальним** є дослідження підвищення якості готельних послуг, як основного чинника що забезпечує конкурентоспроможність готельного продукту.

Матеріали і методи. У дослідженні були використані метод аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених.

Результати. Конкурентоспроможність – це певна характеристика товару, що складається з суми його споживчих властивостей, відмінних від схожих товарів конкурентів. Конкурентоспроможність готельного продукту, визначається його конкурентними перевагами, серед яких виділяють якість готельного продукту, ціна готельних послуг, здатність готелю просунути продукт на ринок з відповідним попитом споживачів (реклама, імідж готелю), а також ситуація на ринку та коливання попиту на готельні послуги.

Основні складові конкурентоспроможності готельного продукту можна розділити на дві групи. Перша – це комплексна якість готельного продукту. До неї відносять стан матеріально – технічної бази готелю, технології обслуговування, відсутність недоліків та безпека, компетентність персоналу, асортимент та рівень якості додаткових послуг, внутрішні стандарти якості. Друга група – це економічна характеристика послуги, зокрема ціна готельного продукту. Поєднання комплексної якості готельного продукту та економічної складової дає можливість отримати певні конкурентні переваги готельного продукту, що безпосередньо впливають на рівень задоволення очікувань гостей готелю, імідж готелю і в кінцевому підсумку на конкурентоспроможність готельного продукту.

Висновок. Одним з напрямків подолання проблем підприємств сучасної готельної індустрії України є підвищення конкурентоспроможності готельних послуг, зокрема посилення конкурентних переваг та іміджу готелю. Питання підвищення якості готельних послуг та введення інновацій готелем мають першочергове значення у вирішенні цієї проблеми.

Література.

1. Подлепіна П.О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна № 1042 – 2013, С. 128- 131.
2. Леонт'єва А. Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / А. Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Науково-технічний збірник. –2012. – №102. – С. 499-503.